



Jedha

Netflix, une stratégie en 3 piliers

Comment le géant crée l'engagement addictif

HEINRY ELODIE
30 Octobre 2025



Introduction

Netflix

*ne nous vend pas
un divertissement*

*Il nous vend un
algorithme
d'engagement*

Introduction

Netflix

*ne nous vend pas
un divertissement*

*Il nous vend un
algorithme
d'engagement*

ATTIRER



Le Volume

Introduction

Netflix

*ne nous vend pas
un divertissement*

*Il nous vend un
algorithme
d'engagement*

ATTIRER



Le Volume

SATISFAIRE



La Pertinence

Introduction

Netflix

*ne nous vend pas
un divertissement*

*Il nous vend un
algorithme
d'engagement*

ATTIRER



Le Volume

SATISFAIRE



La Pertinence

FIDÉLISER



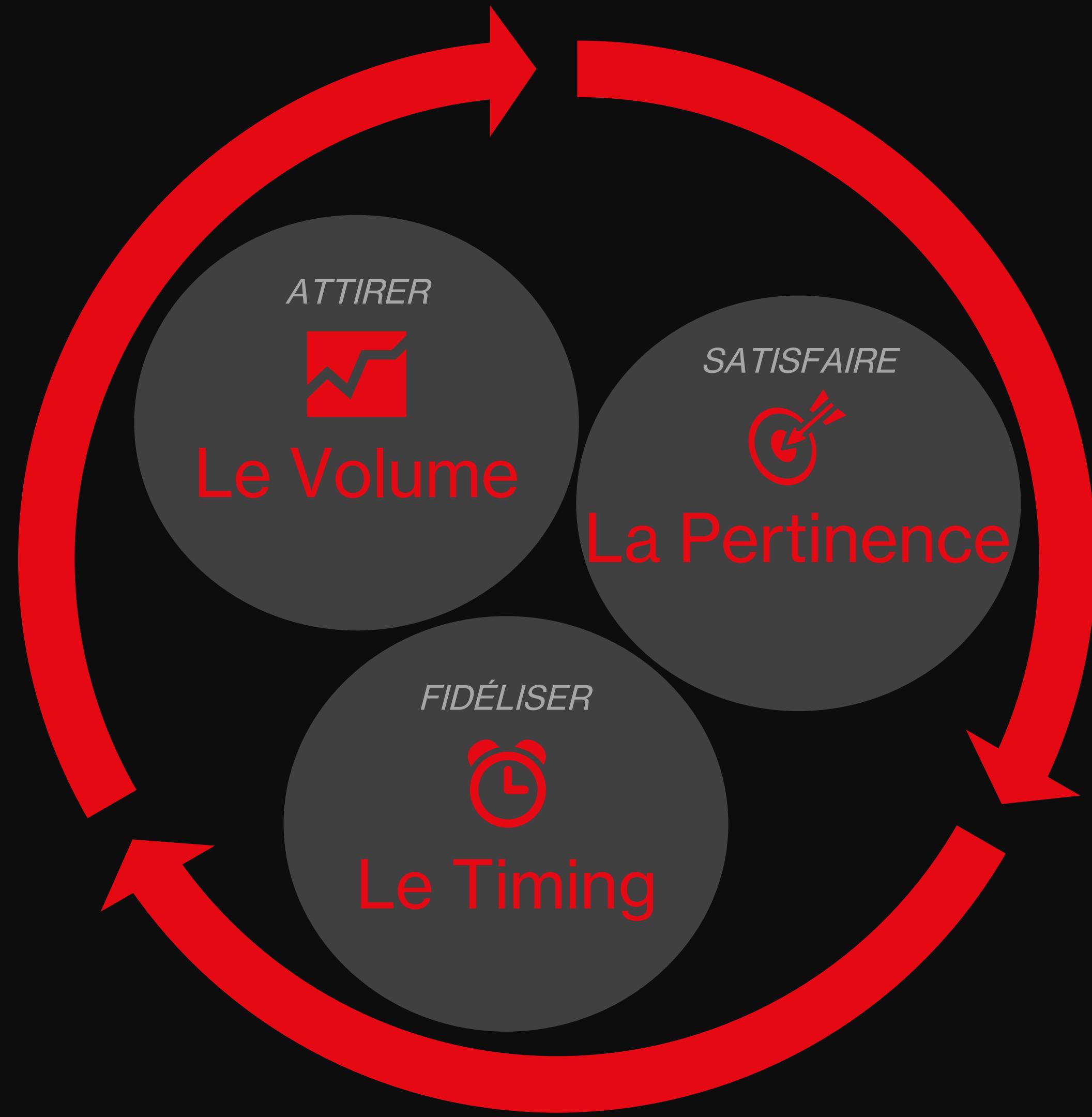
Le Timing

Introduction

Netflix

*ne nous vend pas
un divertissement*

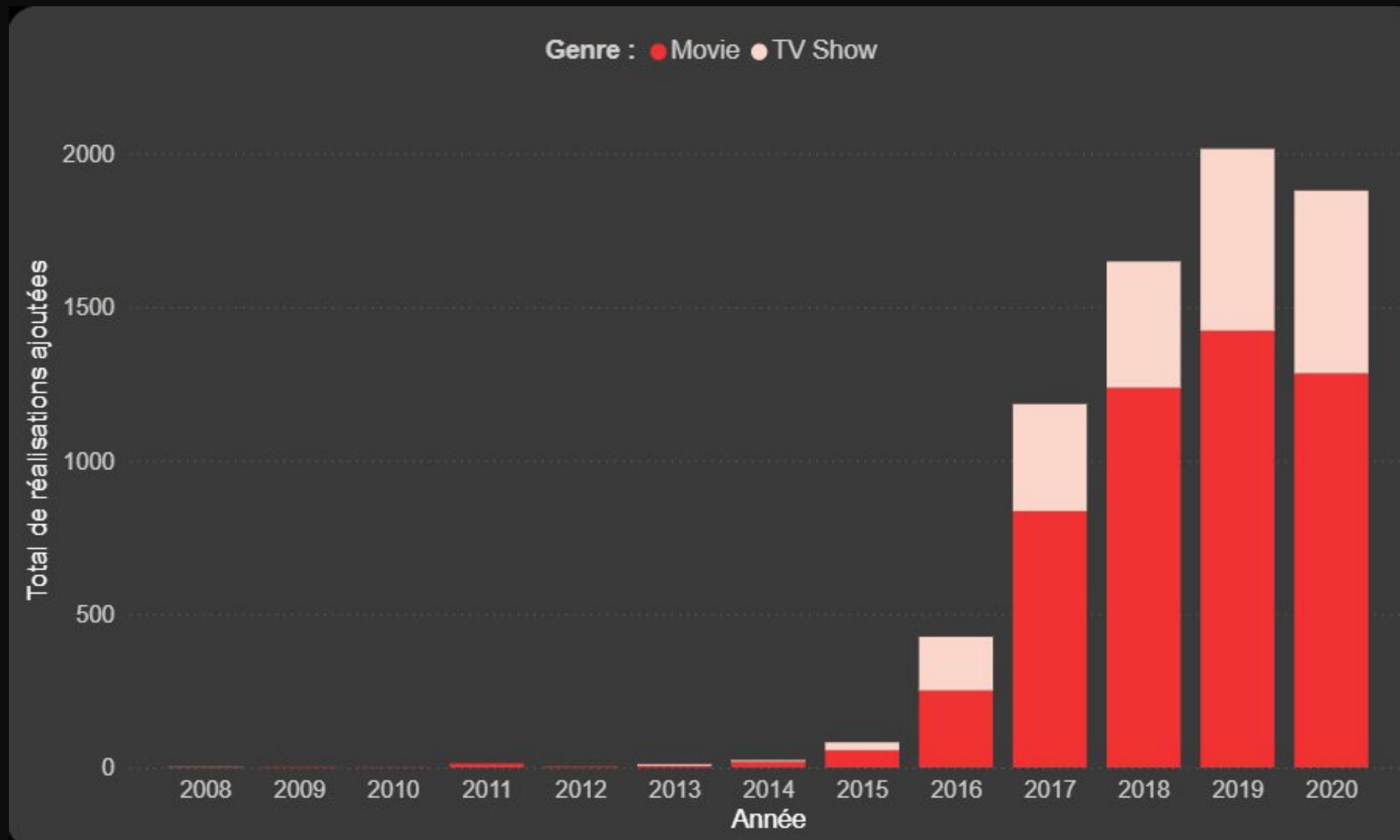
*Il nous vend un
algorithme
d'engagement*





Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur

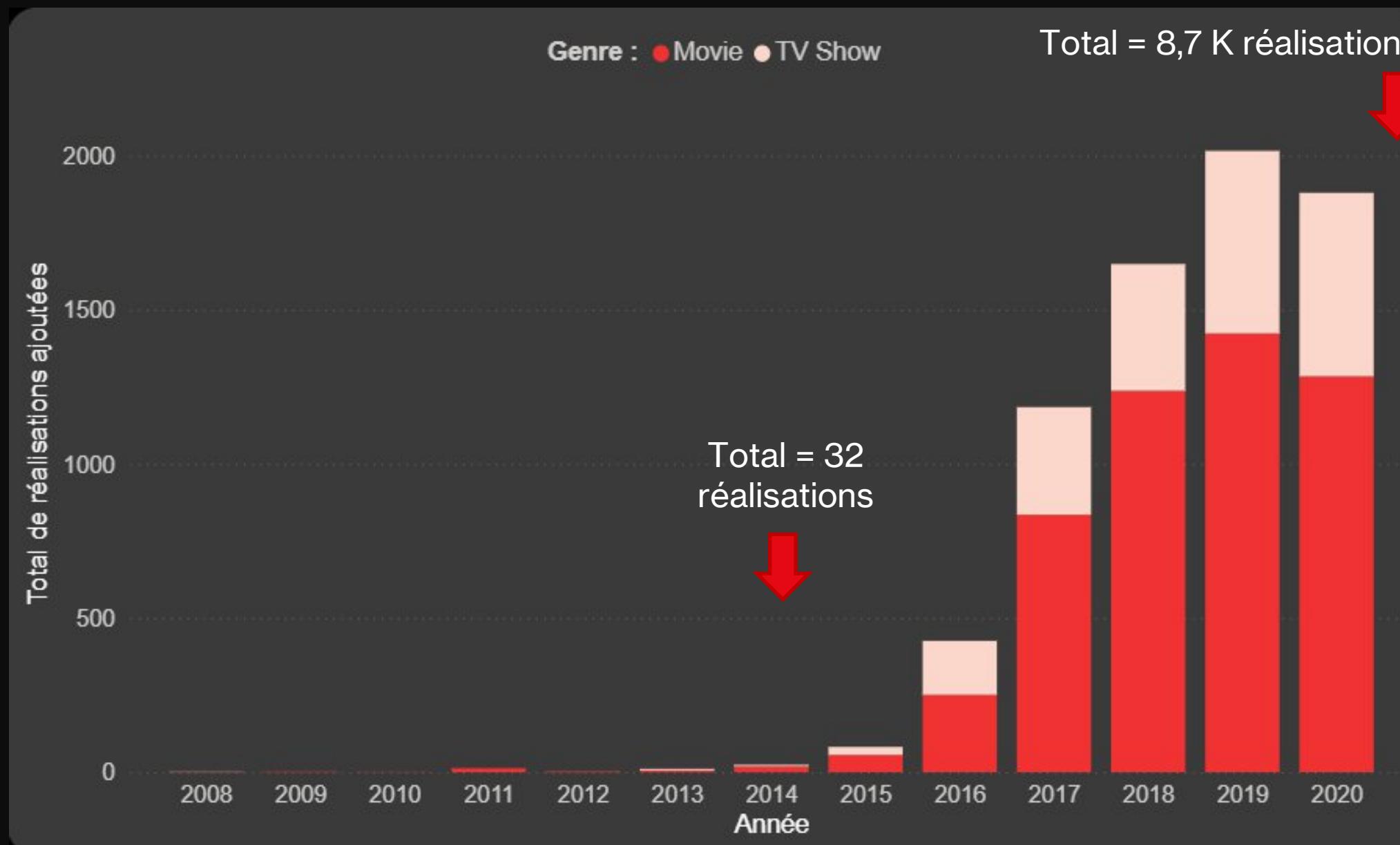
Chaque année, de plus en plus de contenu ajouté :





Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur

Chaque année, de plus en plus de contenu ajouté :



32

Réalisations en 2014

x 275

8.7K

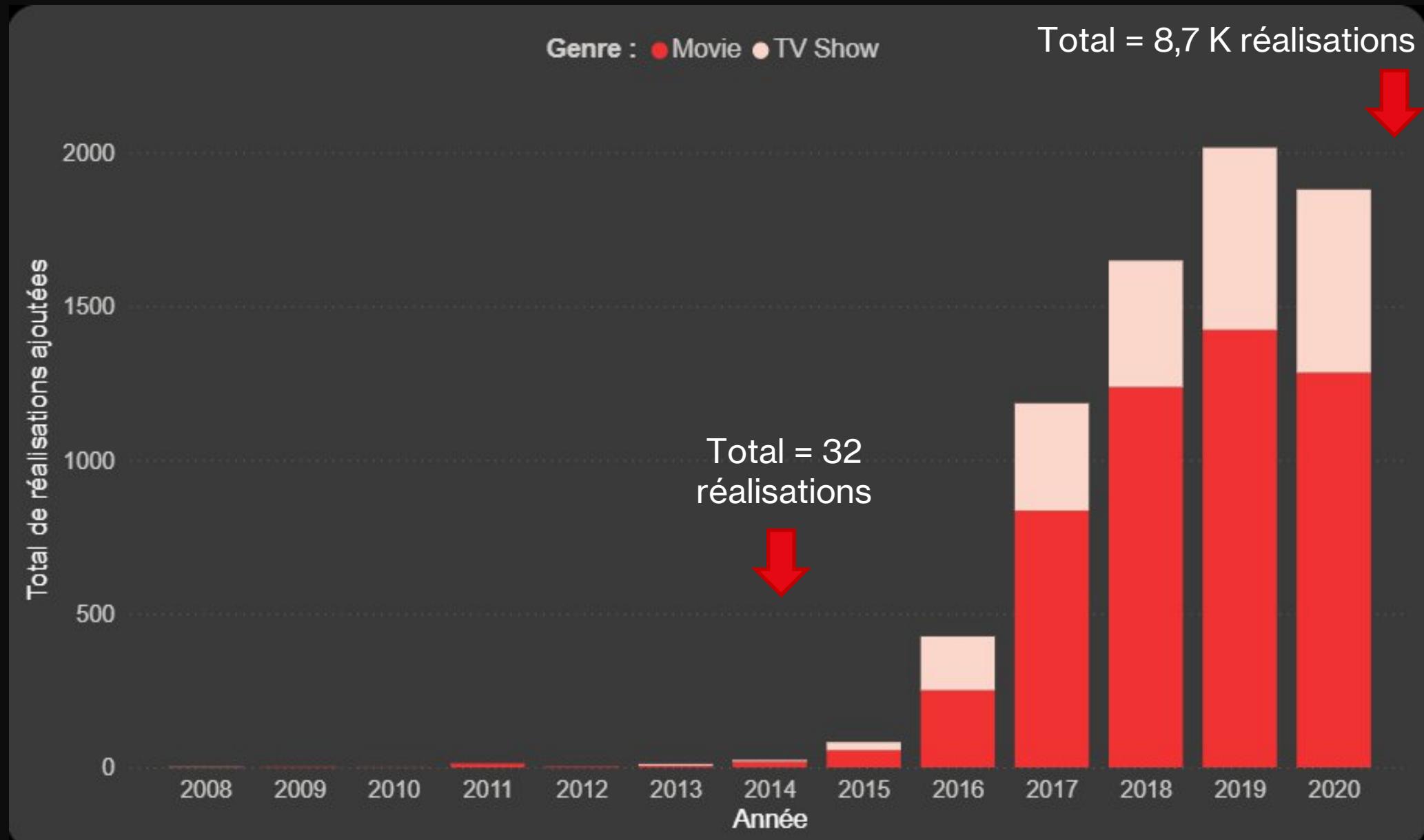
Réalisations en 2021



Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur

Stratégie de
Masse

Chaque année, de plus en plus de contenu ajouté :



32

Réalisations en 2014

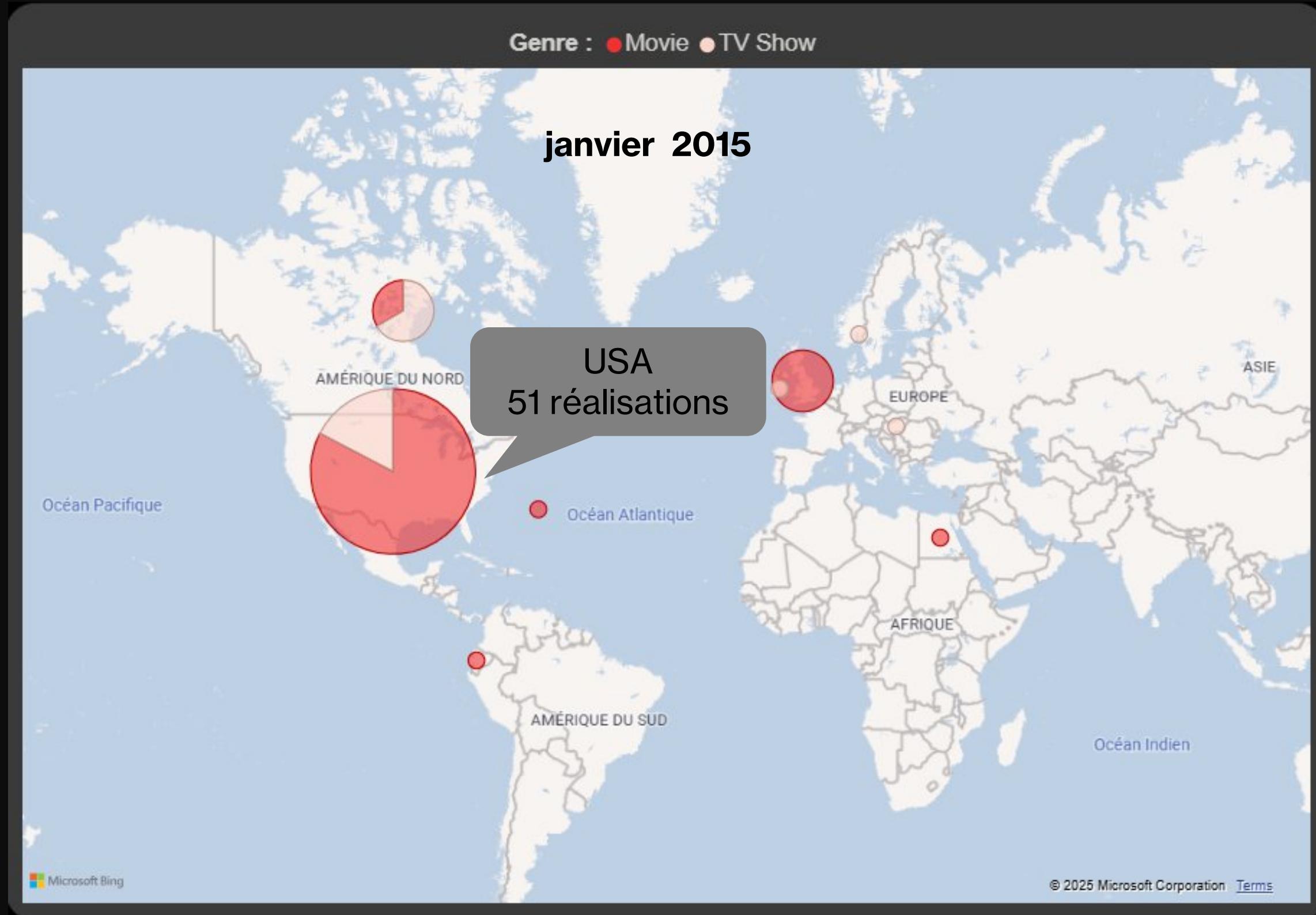
x 275

8.7K

Réalisations en 2021



Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



2015

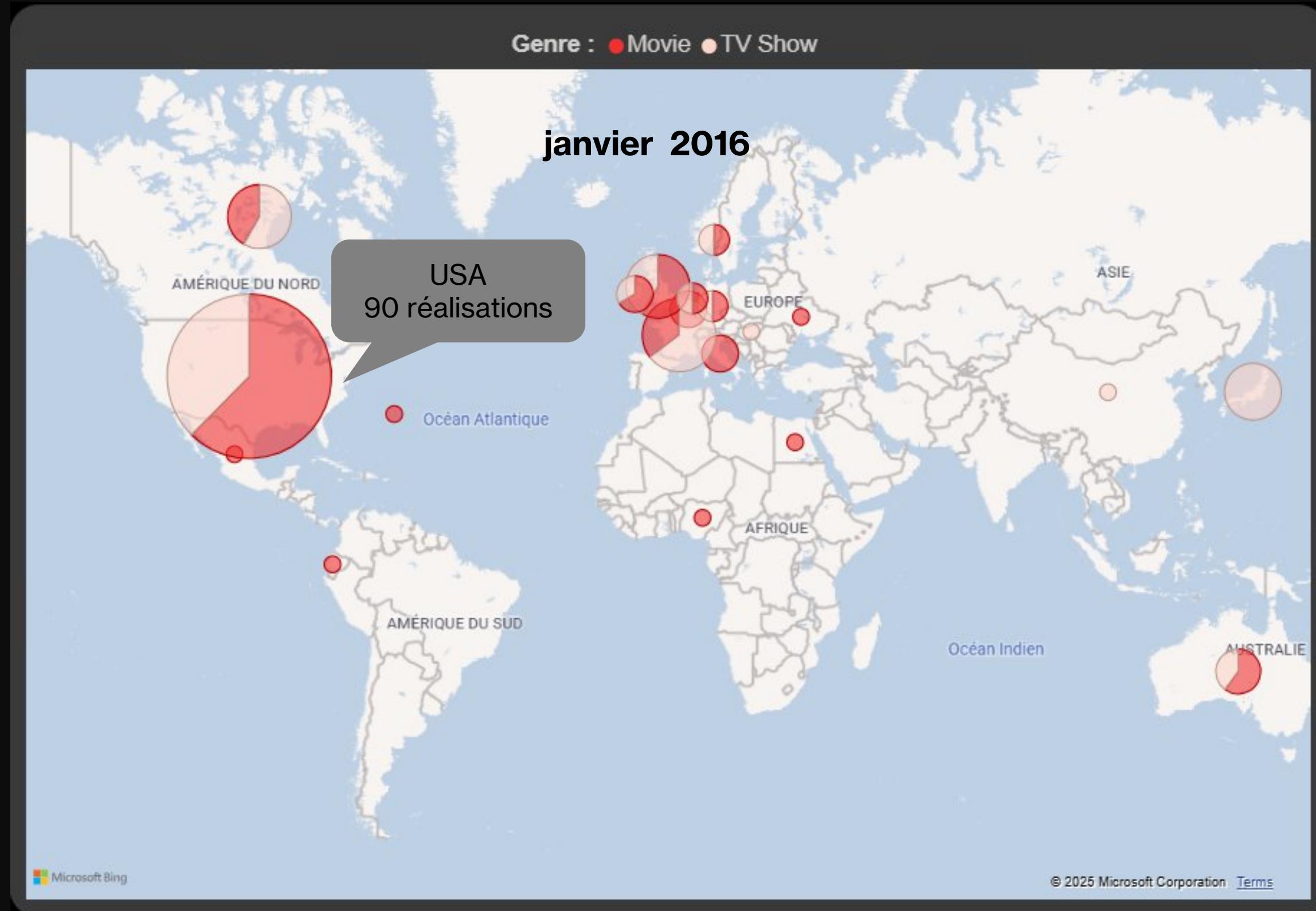
USA :

51 réalisations

Expansion mondiale 2015



Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur

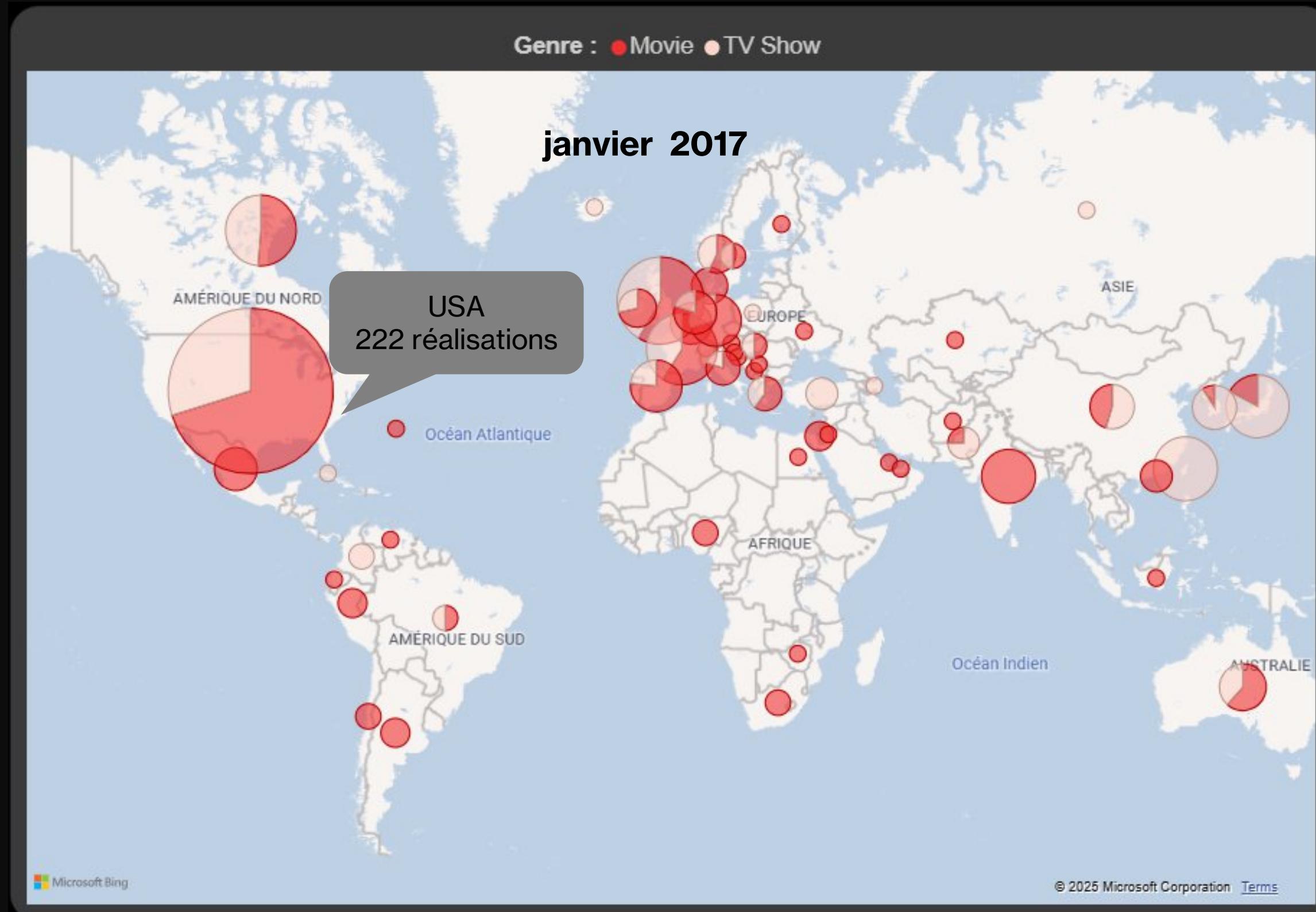


2016

Expansion mondiale de 2015 à 2016



Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur

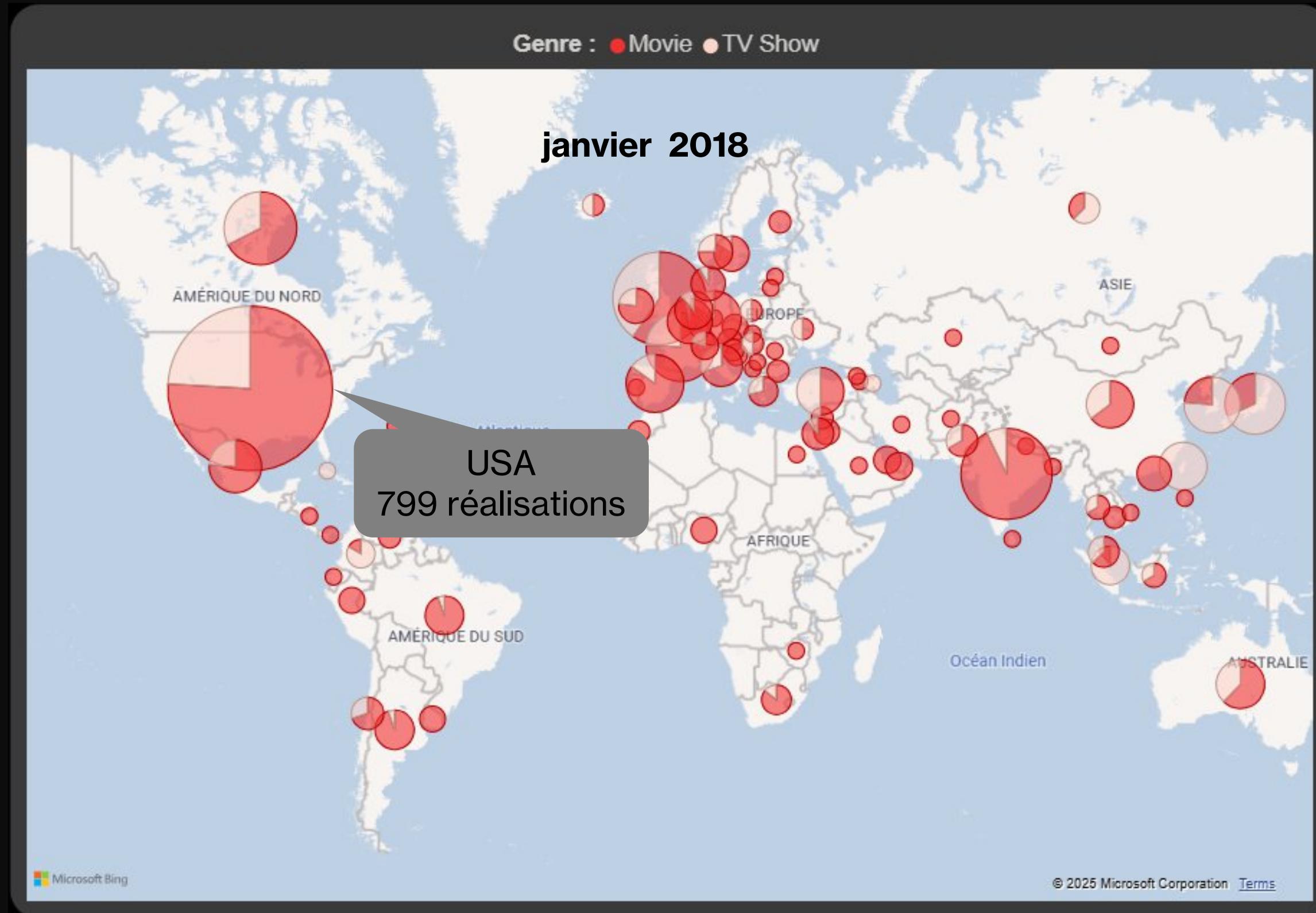


2017

Expansion mondiale de 2015 à 2017



Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



2018

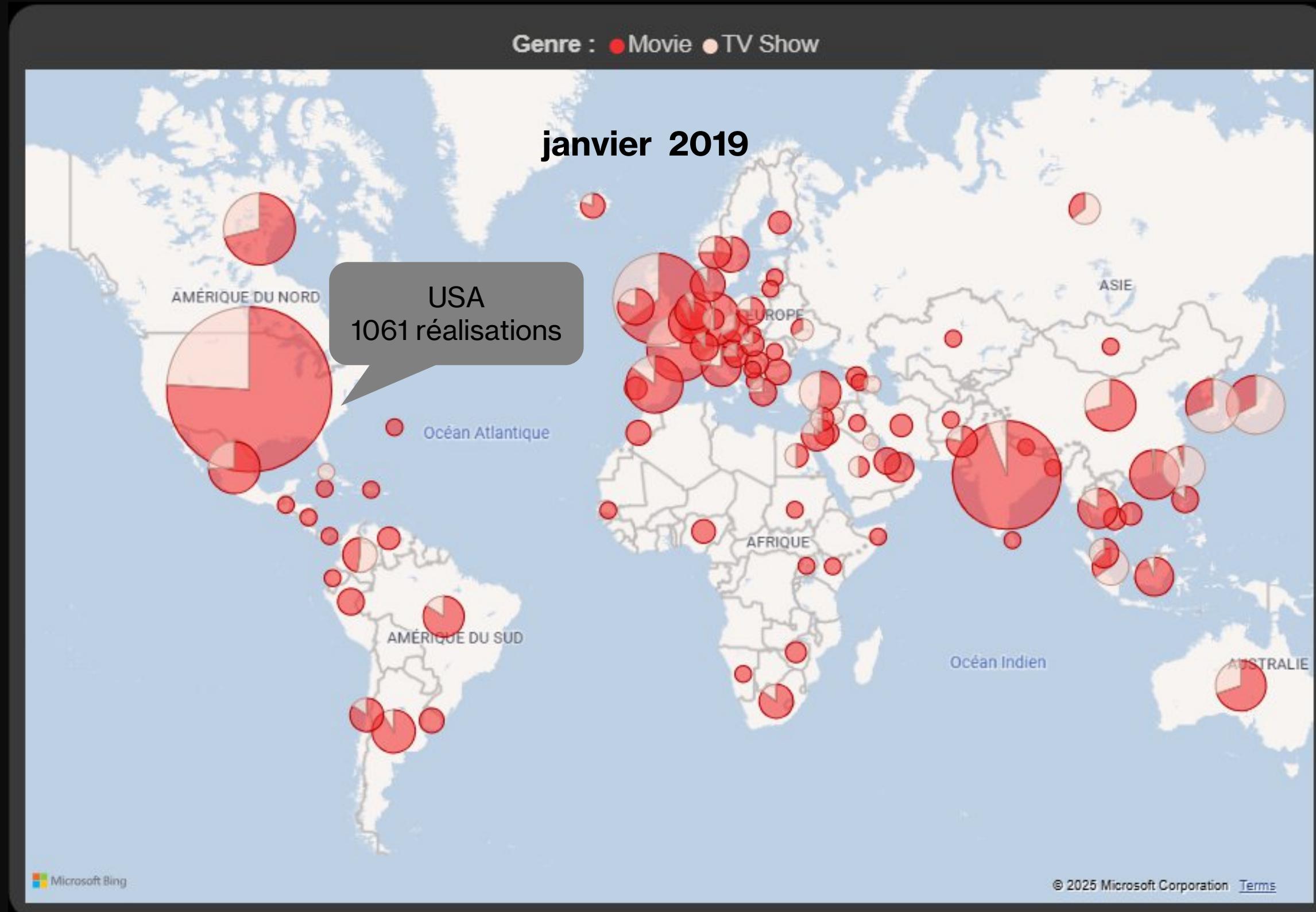
USA :

799 réalisations

Expansion mondiale de 2015 à 2018

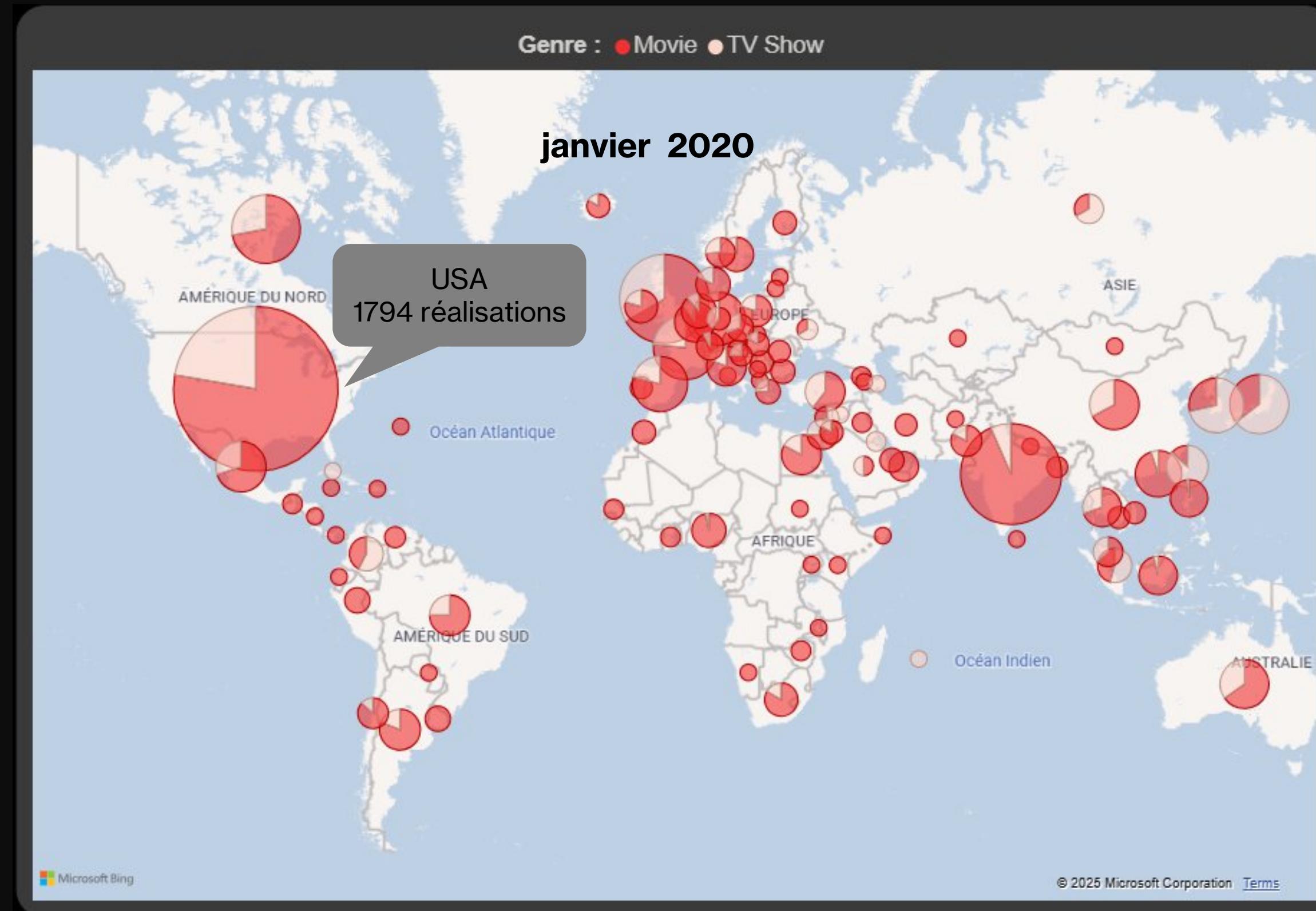


Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



2019

Expansion mondiale de 2015 à 2019

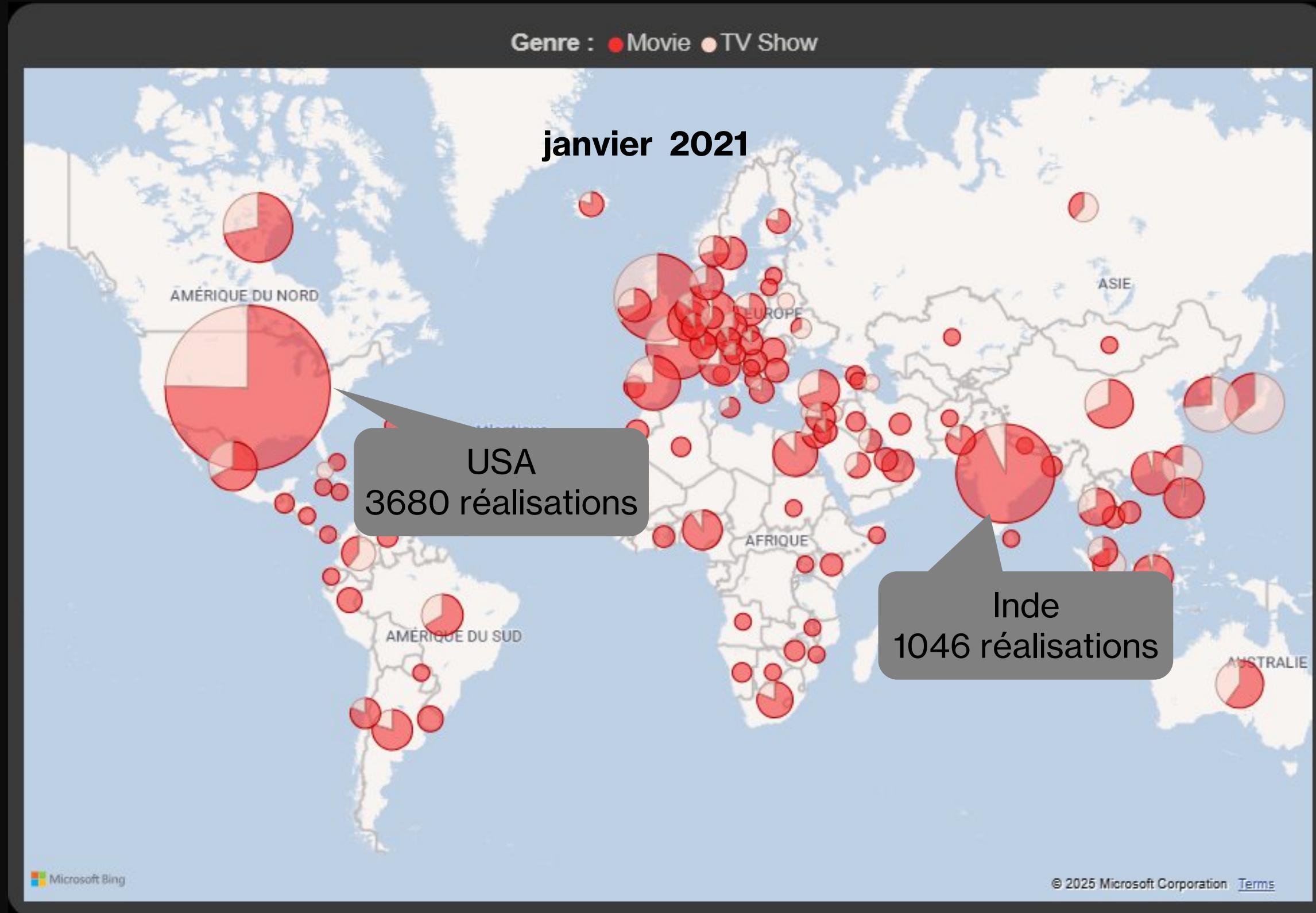


2020

Expansion mondiale de 2015 à 2020



Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur

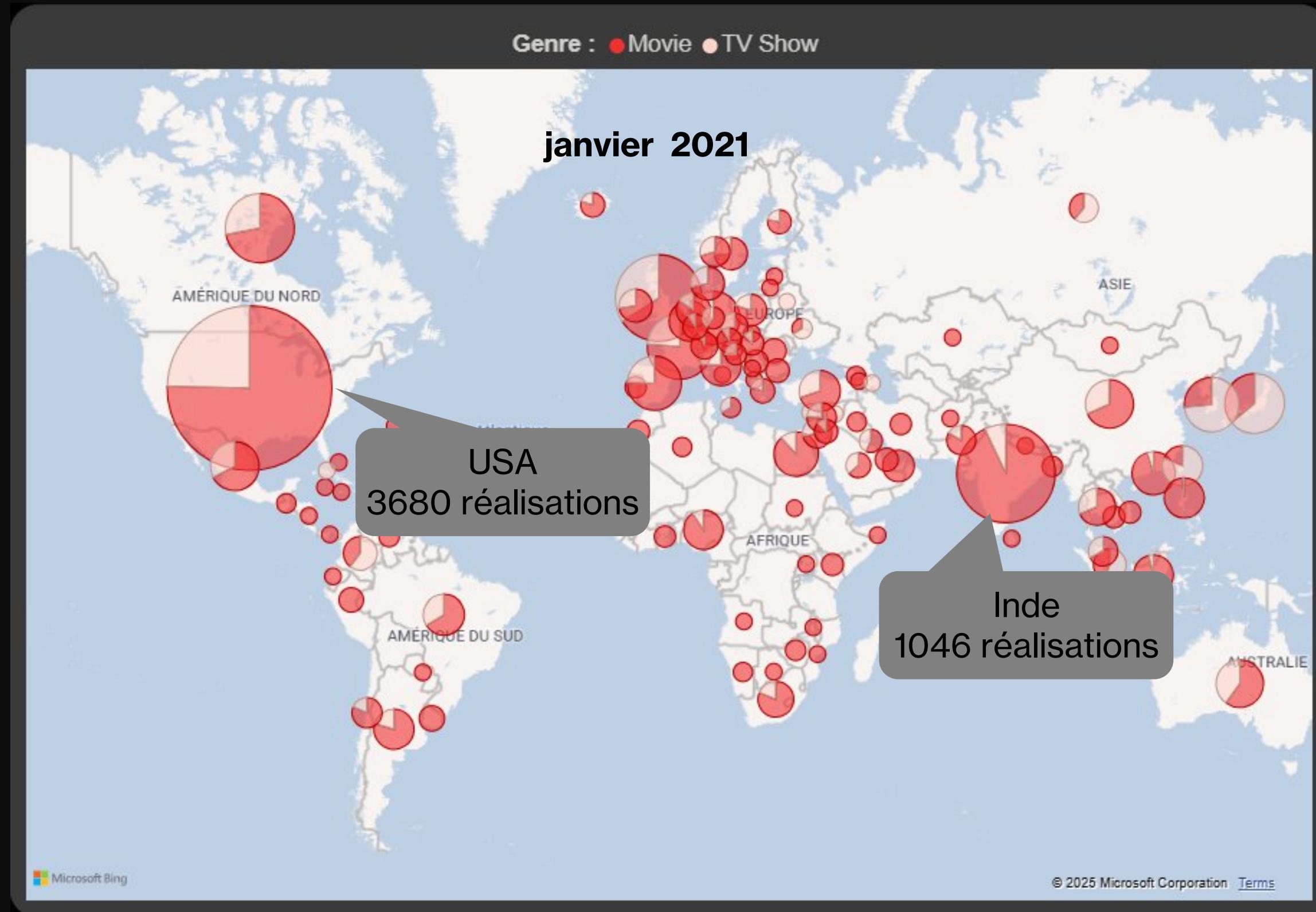


2021

Expansion mondiale de 2015 à 2021



Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



8

Pays en 2014

x 15

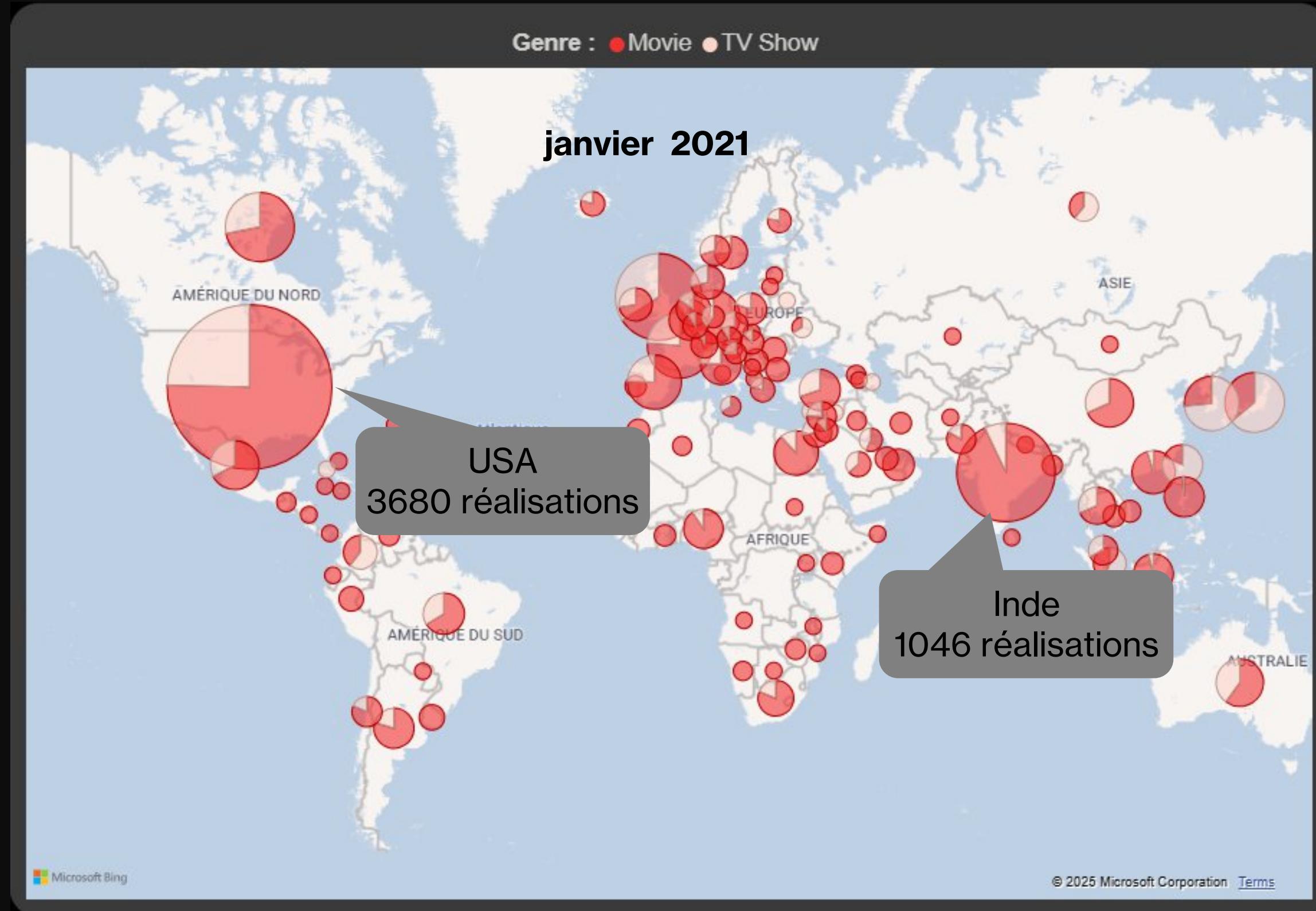
122

Pays en 2021

Expansion mondiale de 2015 à 2021



Le Volume : Saturer le marché et Capturer le spectateur



Expansion Mondiale
quasi-complète

8

Pays en 2014

x 15

122

Pays en 2021

Expansion mondiale de 2015 à 2021

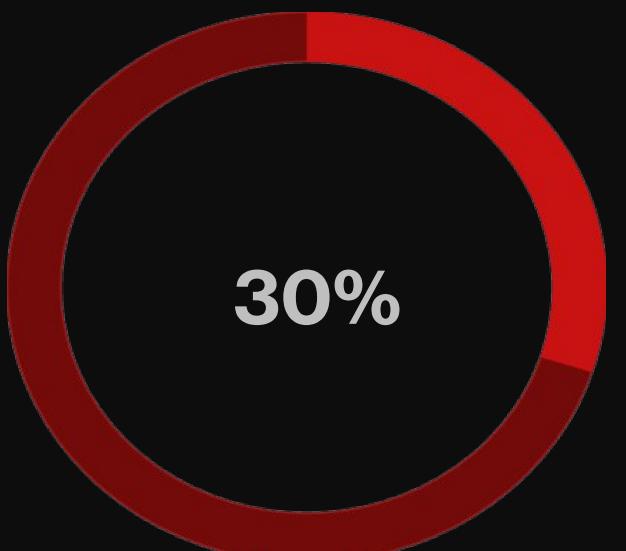


La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client

Stabilité :



Films

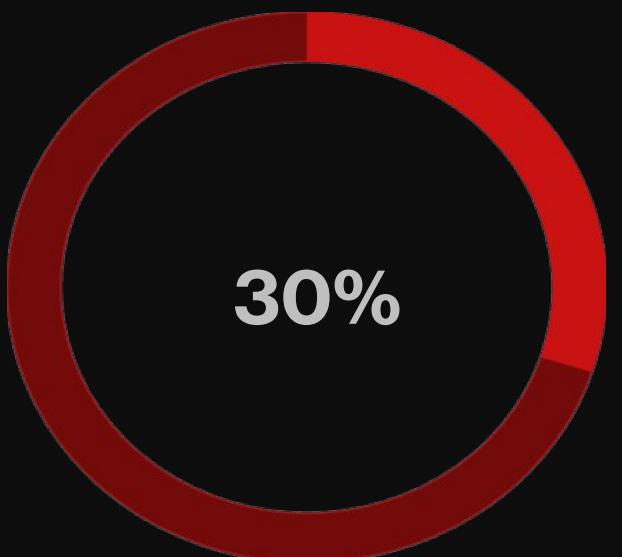


TV Shows

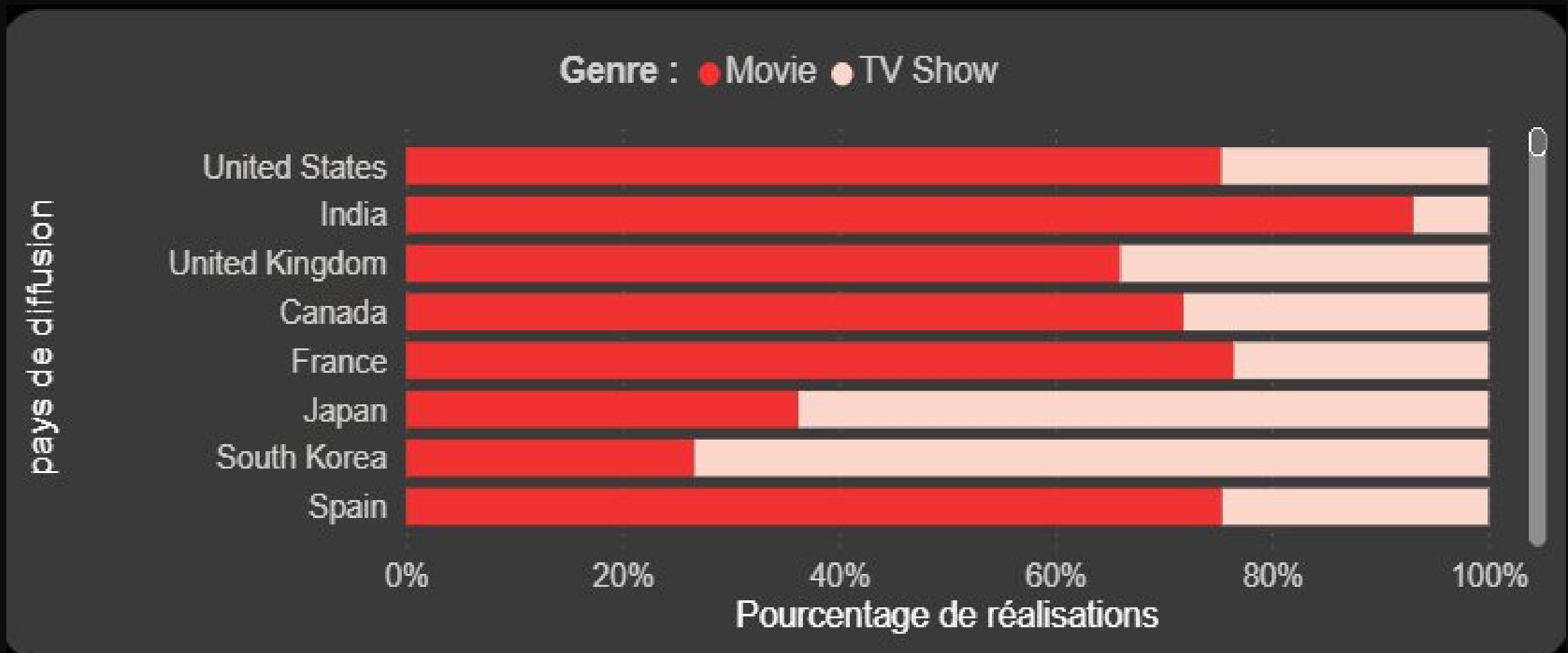
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Stabilité :



*L'hyper-localisation,
quand le volume rencontre la pertinence :*



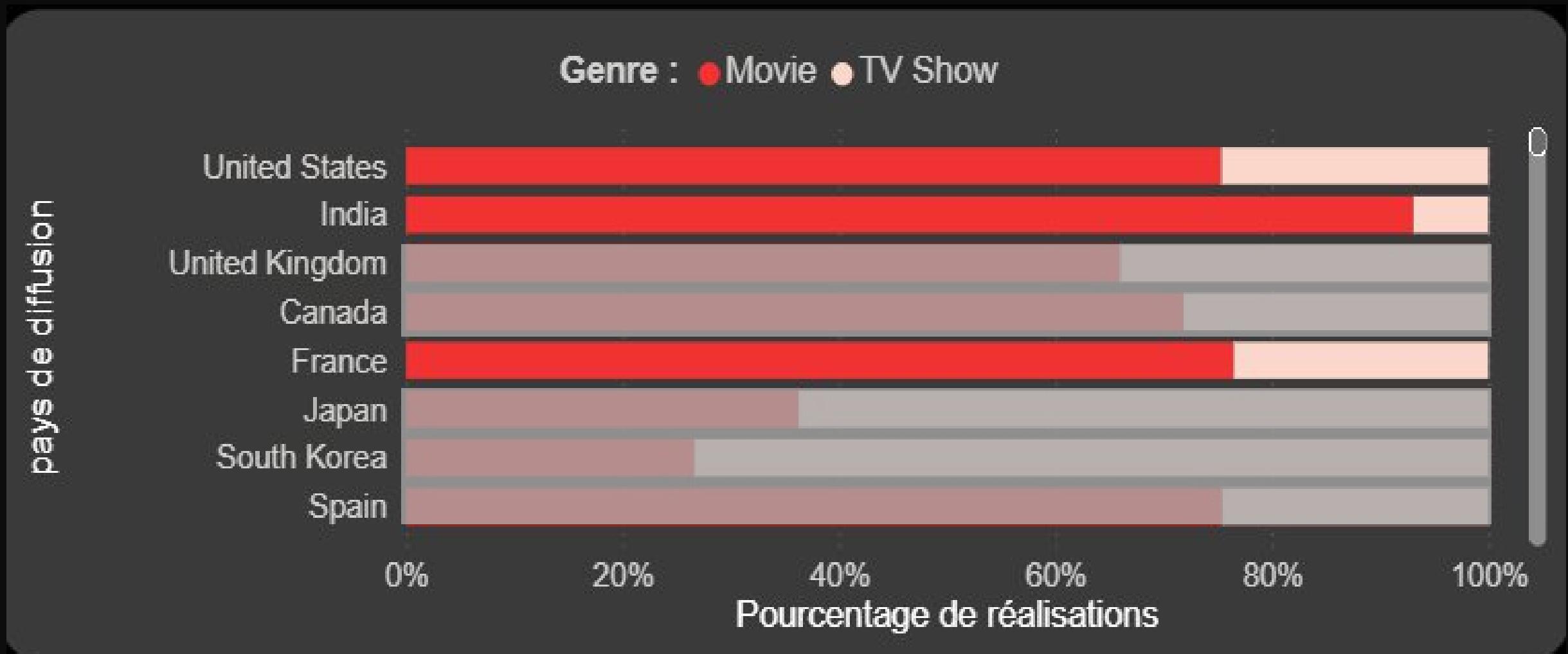
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Stabilité :



*L'hyper-localisation,
quand le volume rencontre la pertinence :*



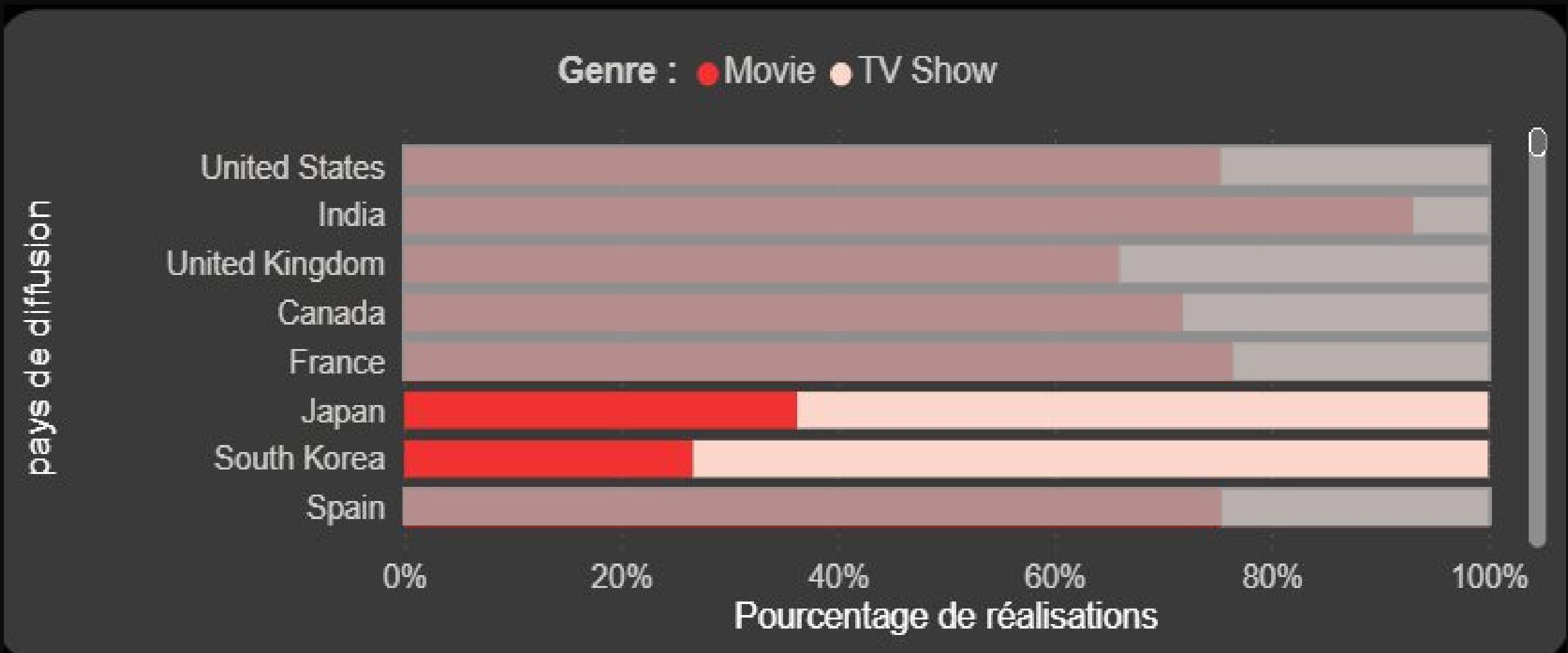
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Stabilité :



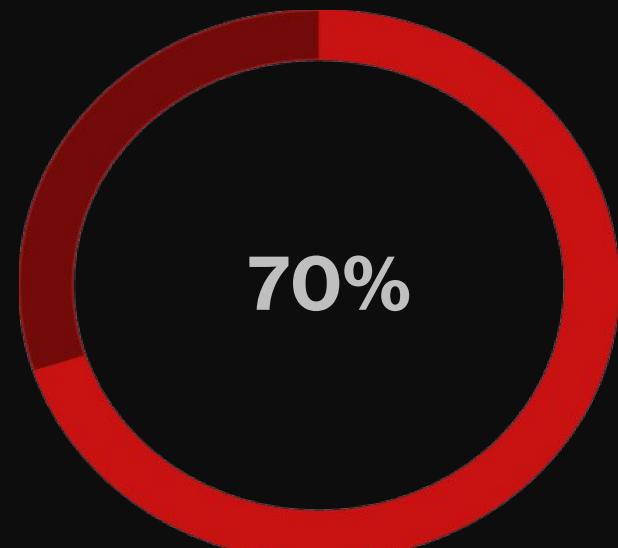
*L'hyper-localisation,
quand le volume rencontre la pertinence :*



La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Stabilité :

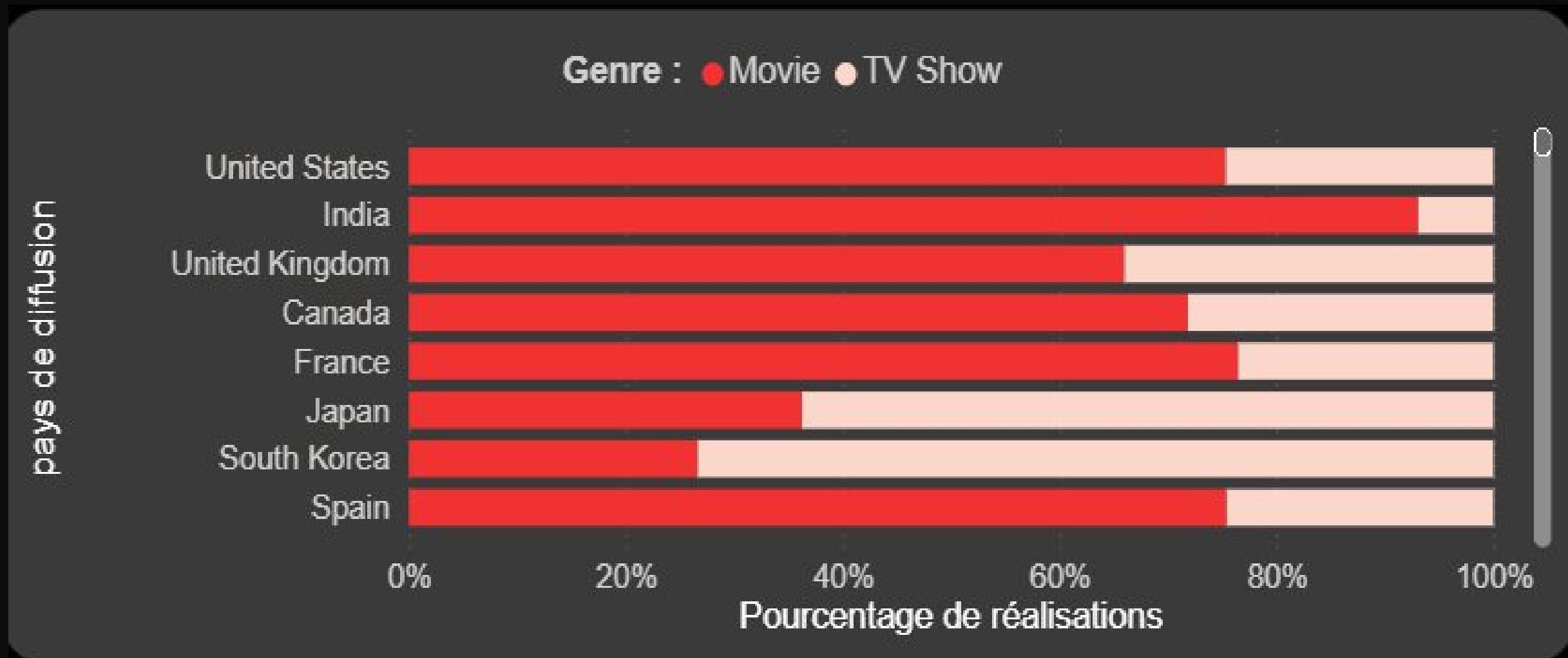


Films



TV Shows

*L'hyper-localisation,
quand le volume rencontre la pertinence :*



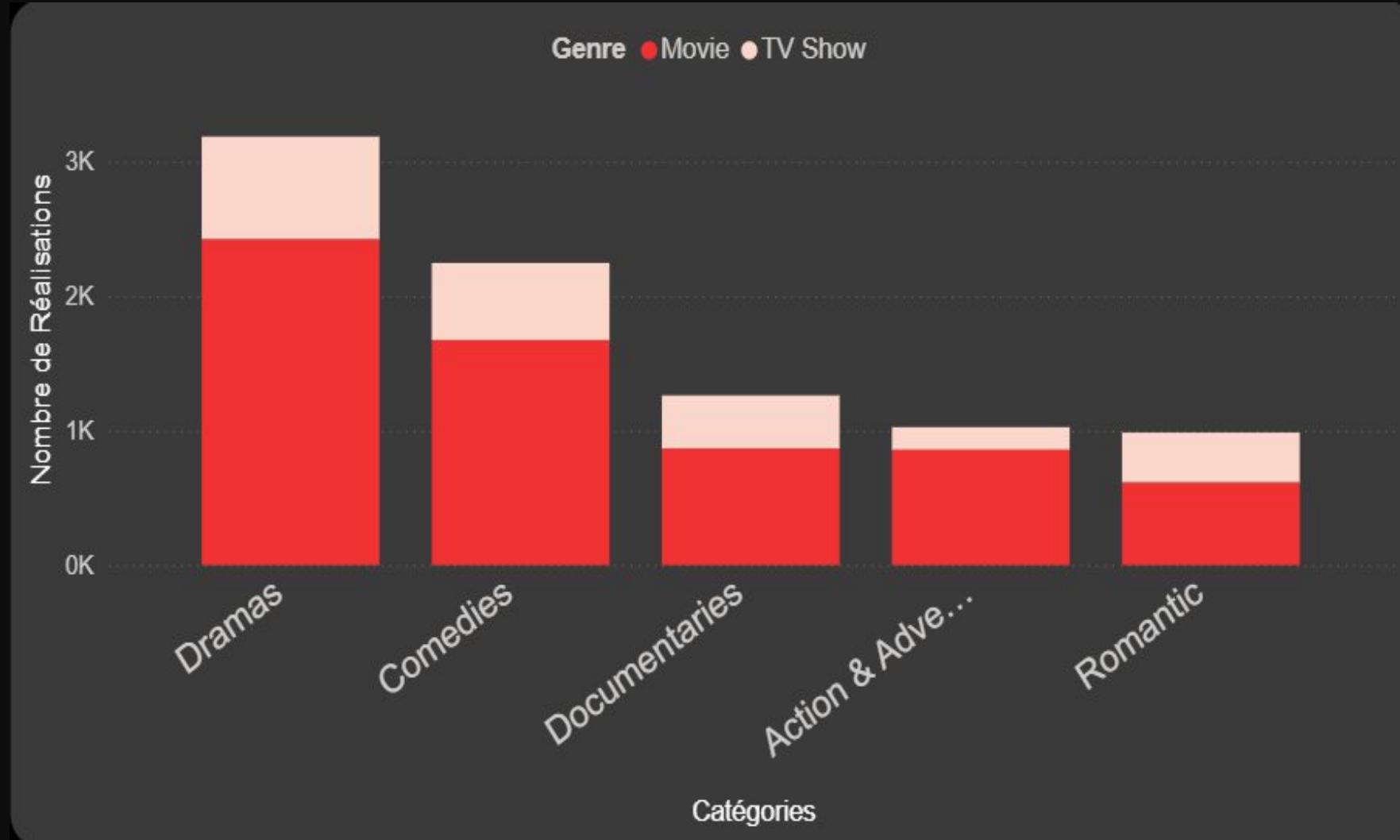
→ L'adaptation culturelle par marché

Preuve qu'on peut être un géant mondial tout en restant pertinent localement



La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client

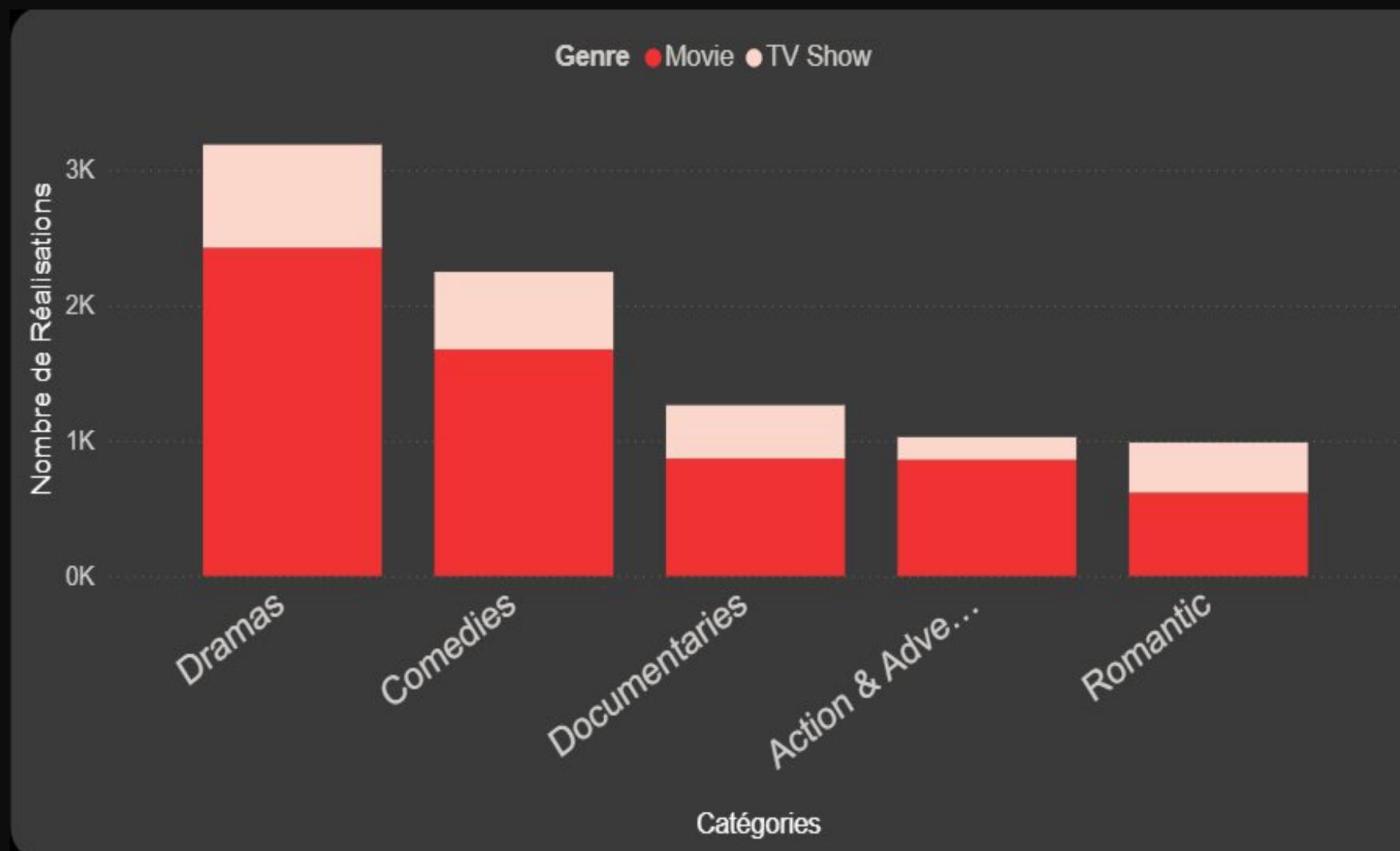
Les Dramas : catégorie phare historique



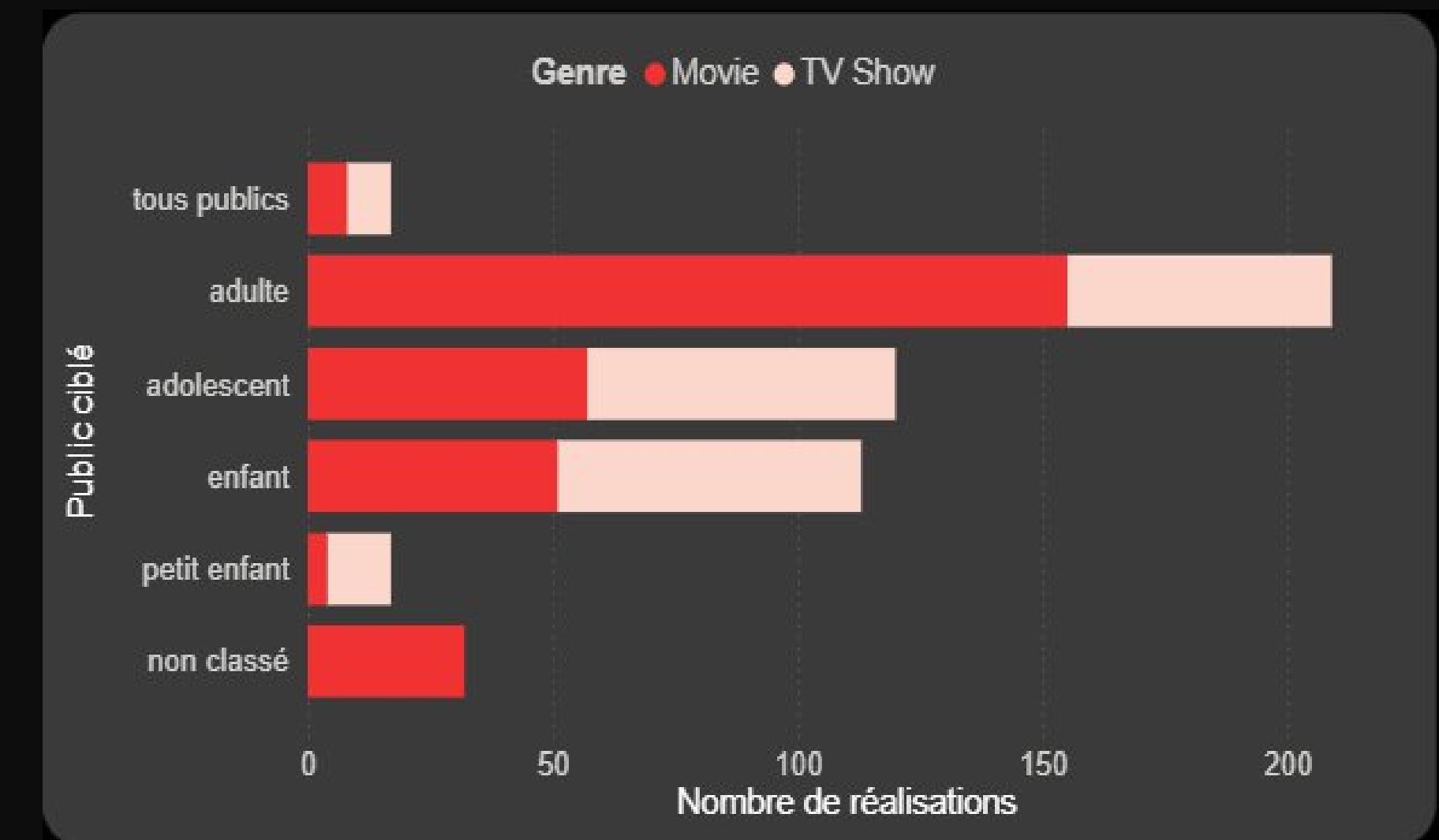
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Les Drames : catégorie phare historique



Les Adultes : public cible

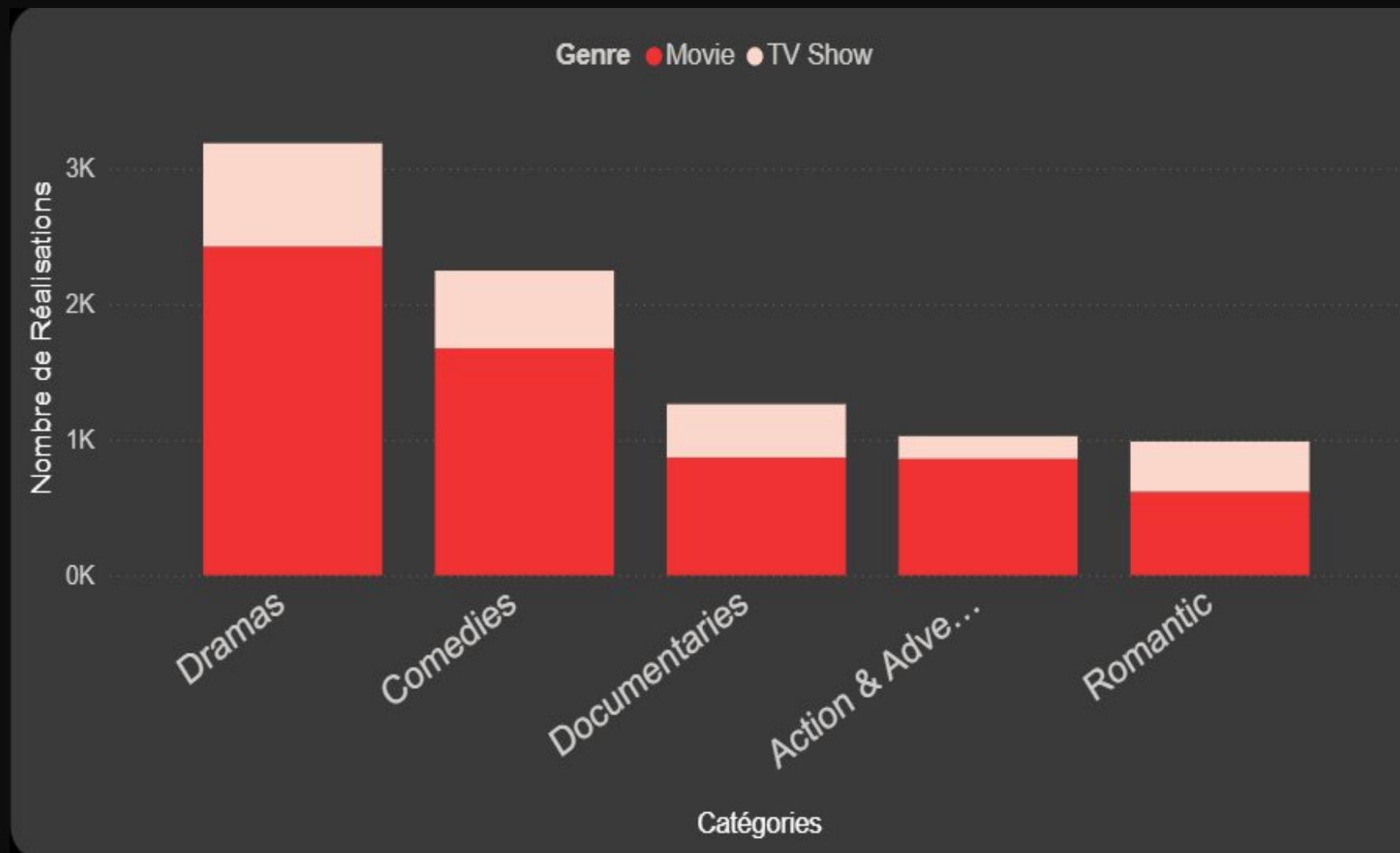


2015-2016

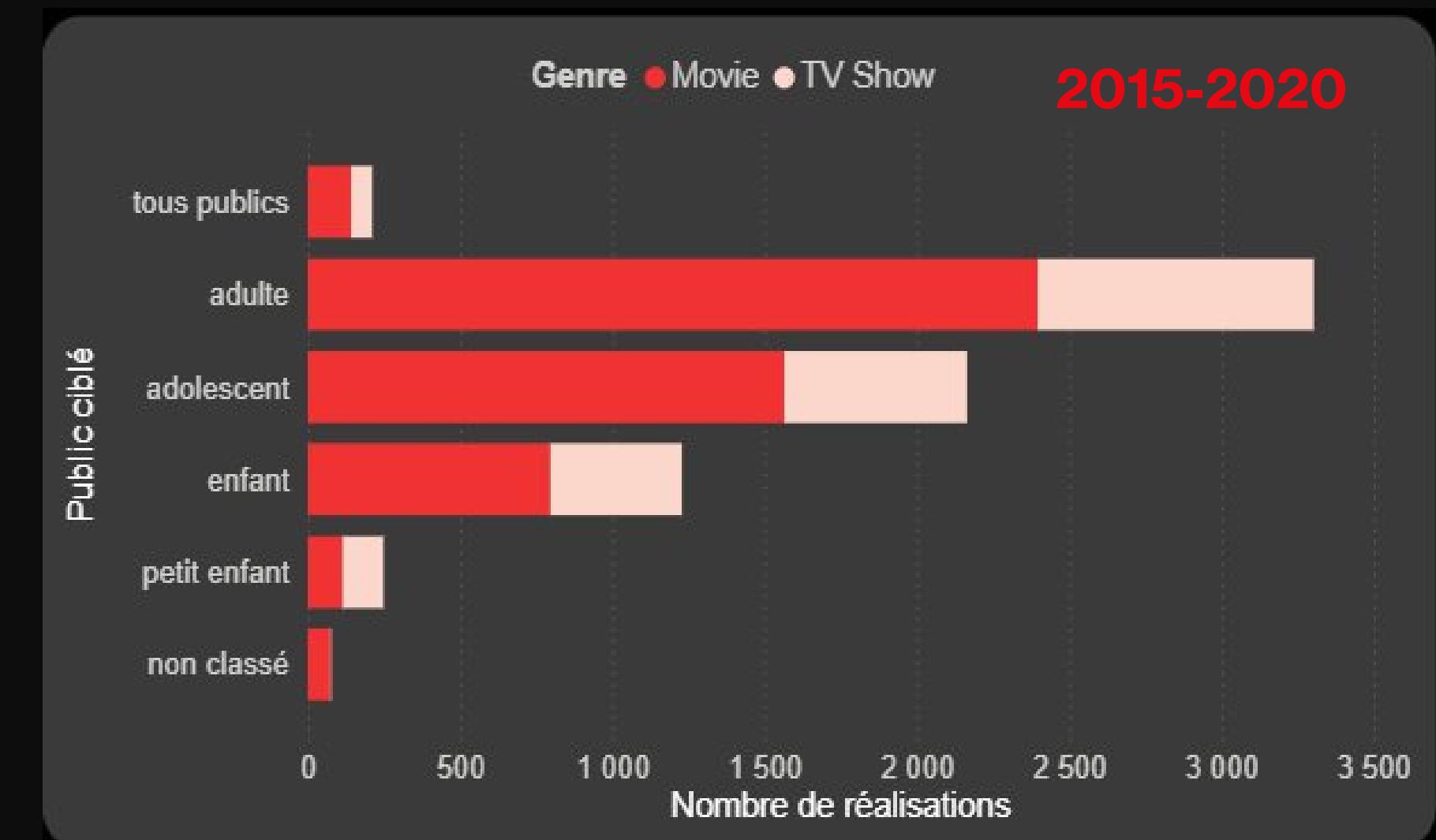
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Les Drames : catégorie phare historique



Les Adultes : public cible

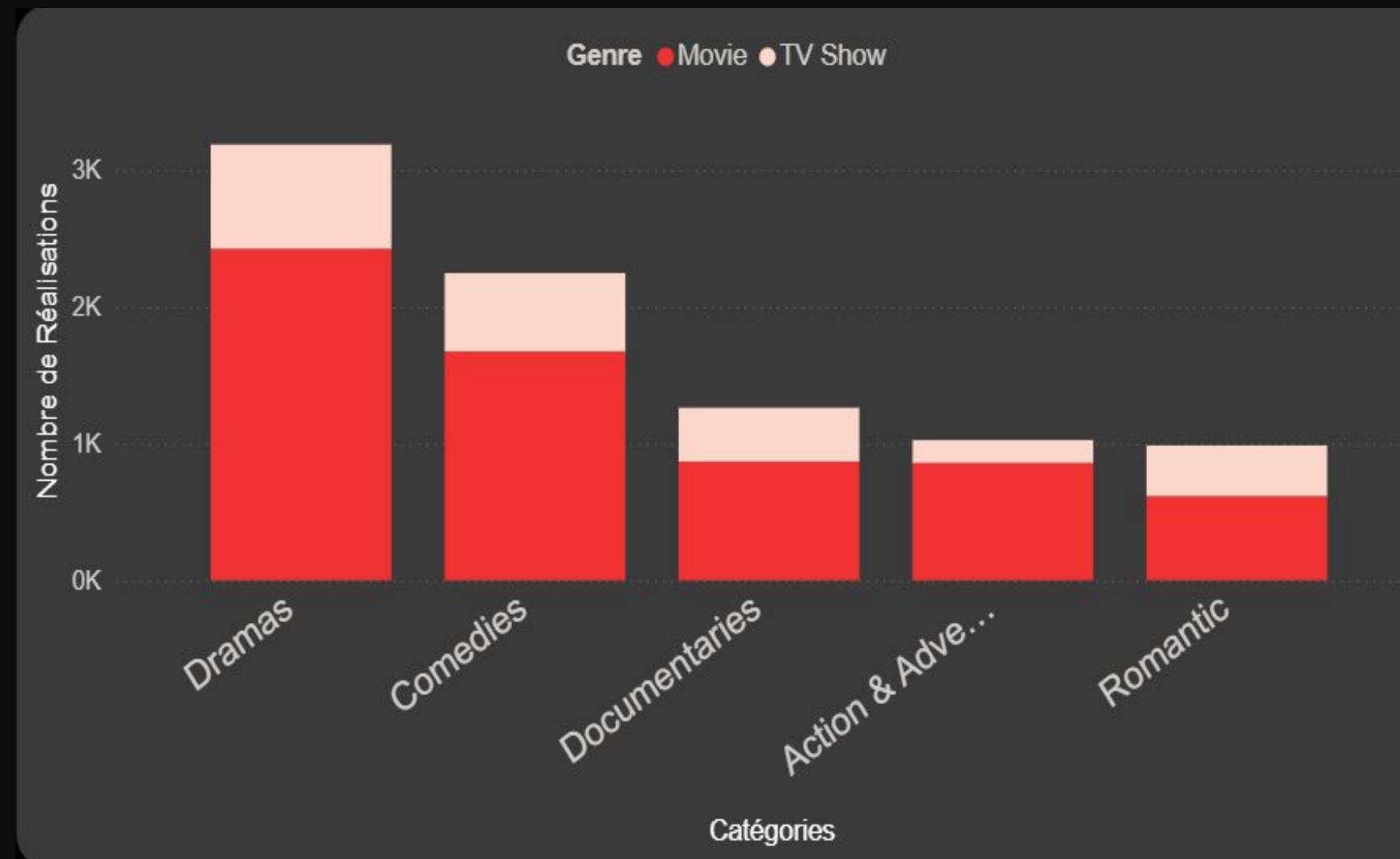


2015-2020

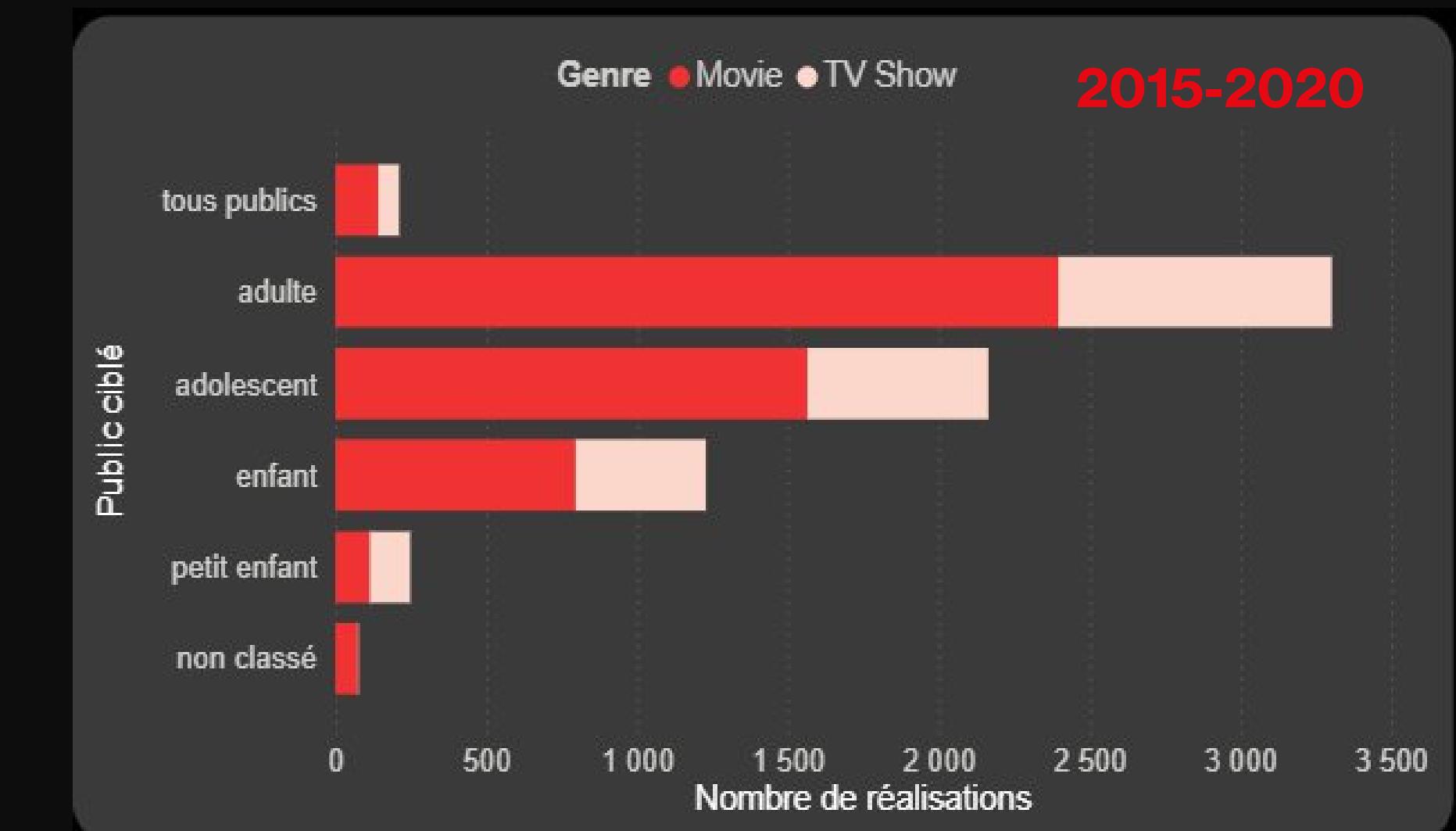
La Pertinence : Viser juste et Satisfaire le client



Les Drames : catégorie phare historique



Les Adultes : public cible



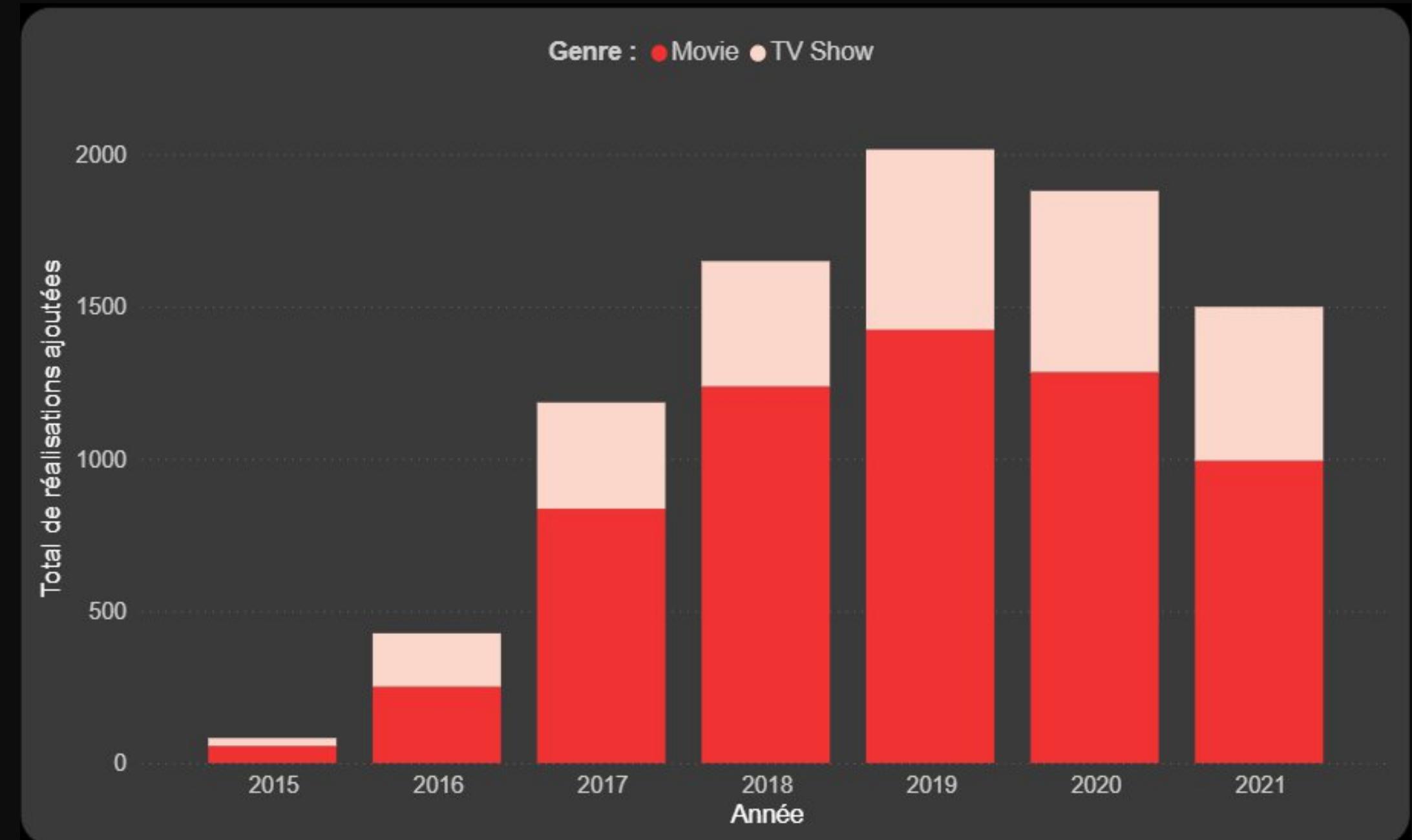
2015-2020

→ Netflix optimise une **stratégie stable** plutôt que de la réinventer :
Drames - Adultes - Maximum local

Le Timing : Un calendrier éditorial structuré



*Calendrier Secret,
à la recherche des pics
de nouveautés*

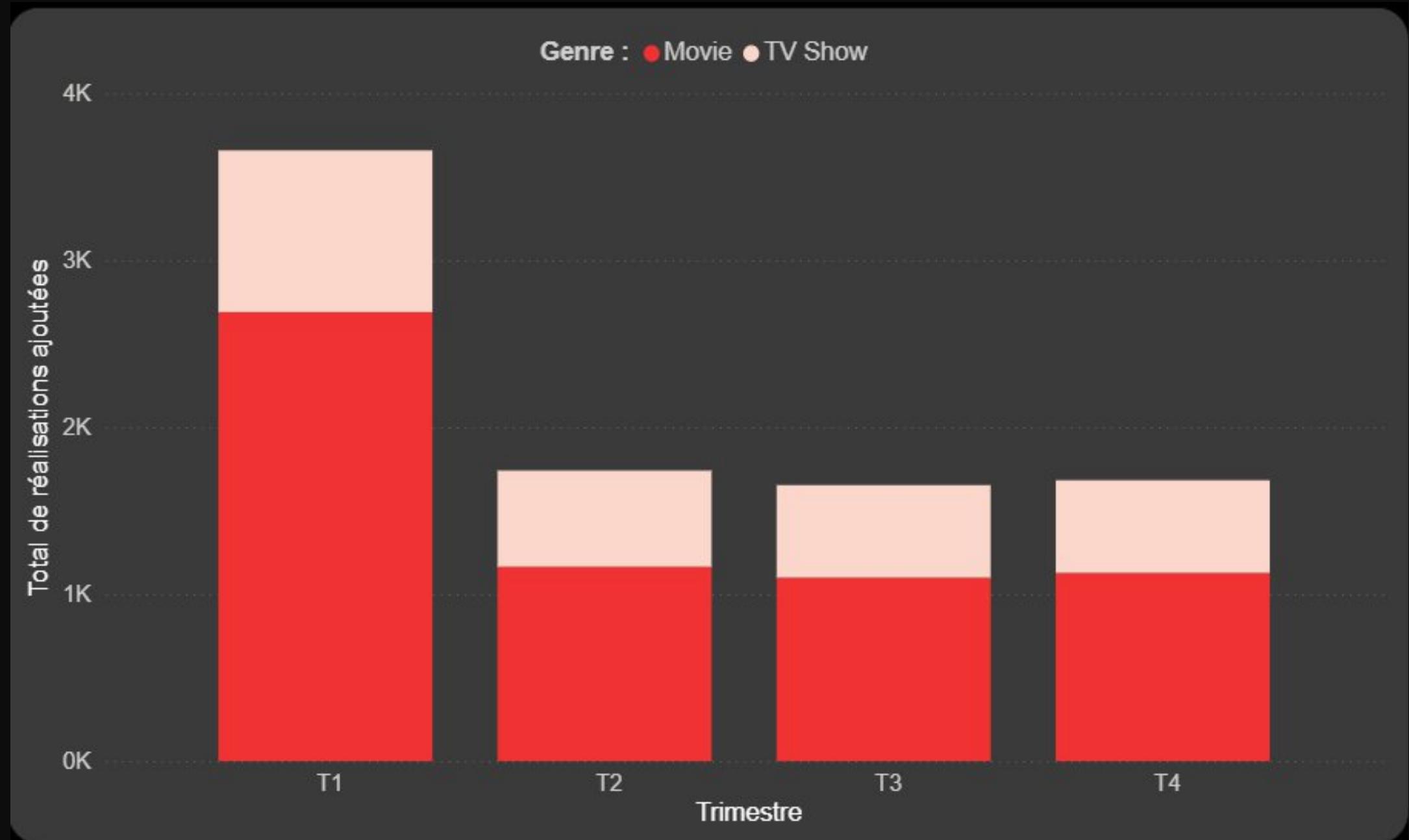


par ANNÉES

Le Timing : Un calendrier éditorial structuré



À la recherche des pics de nouveautés



par TRIMESTRES

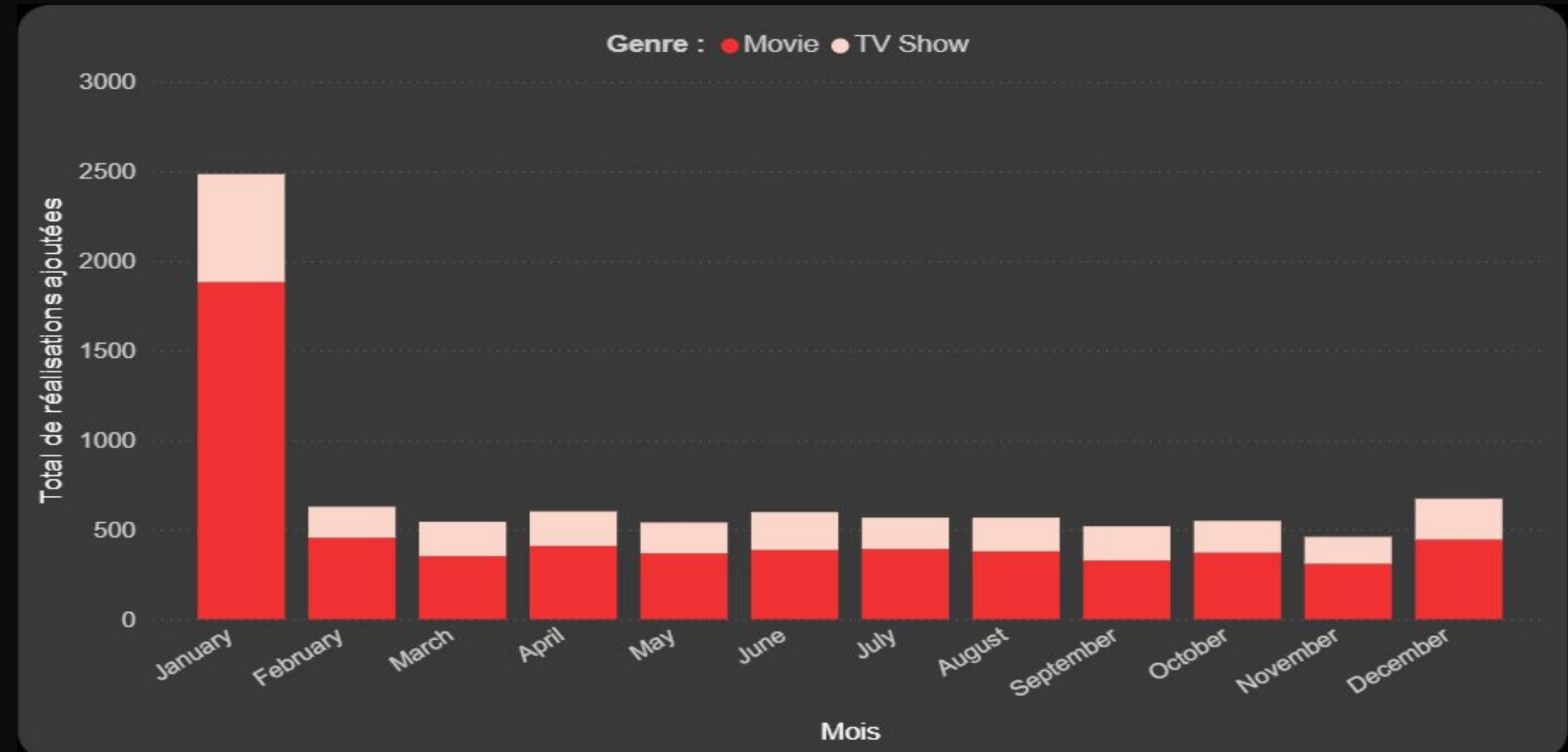
Le Timing : Un calendrier éditorial structuré



À la recherche des pics de nouveautés

Calendrier Secret :

Netflix mise tout sur le mois de janvier

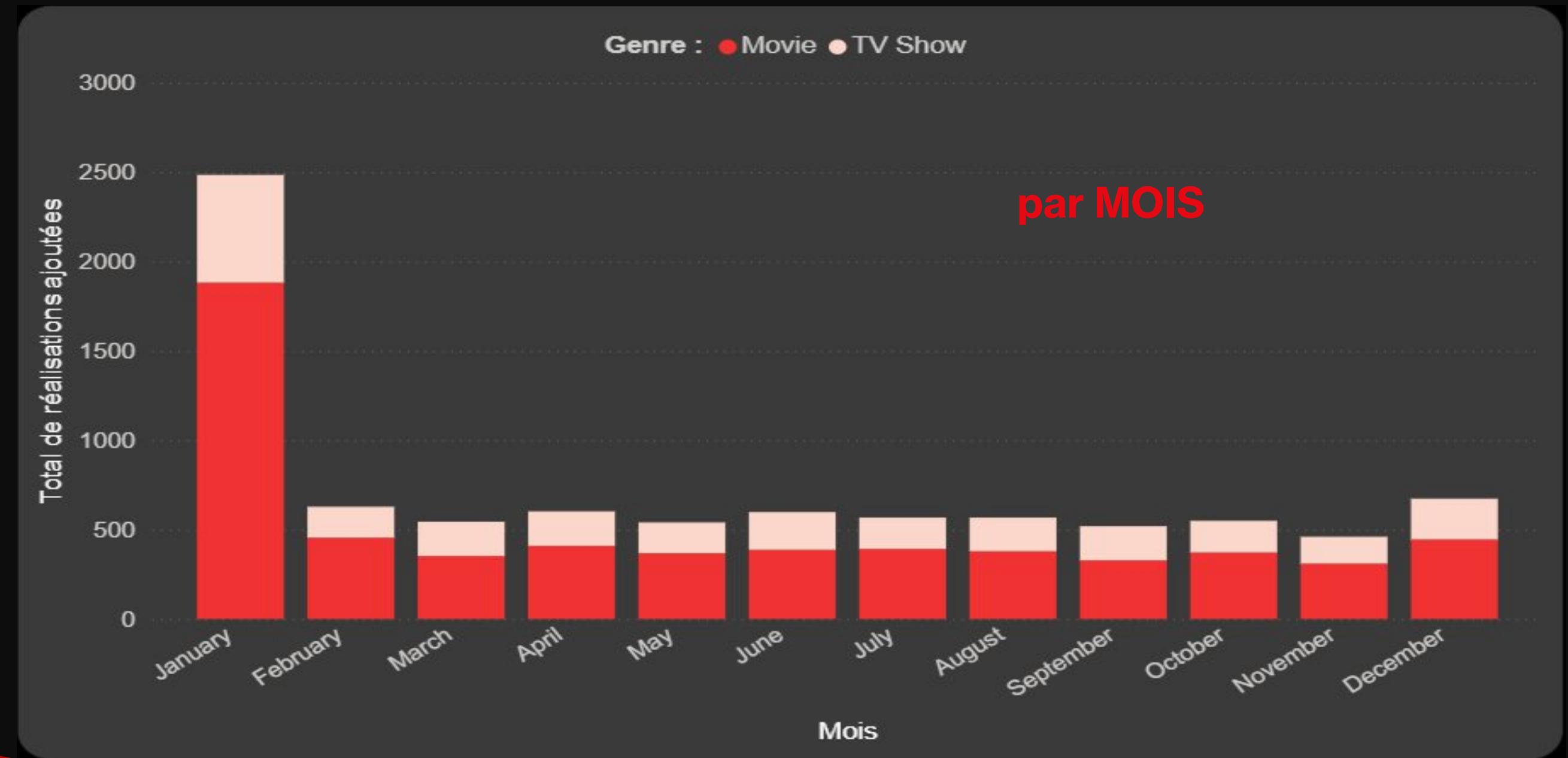


par MOIS

Le Timing : Un calendrier éditorial structuré



À la recherche des pics de nouveautés



Calendrier Secret :

Netflix mise tout sur le mois de janvier

- Après les fêtes, Netflix **inonde** la plateforme pour **captiver et retenir** son audience. **Une machine à fidéliser.**

Conclusion

TRIO GAGNANT

Conclusion



TRIO GAGNANT

- ✓ **Volume** = Attirer + Dominer

Conclusion



Le Volume



La Pertinence

TRIO GAGNANT

- ✓ **Volume** = Attirer + Dominer
- ✓ **Pertinence** = Satisfaire + Retenir

Conclusion



Le Volume



La Pertinence



Le Timing

TRIO GAGNANT

- ✓ **Volume** = Attirer + Dominer
- ✓ **Pertinence** = Satisfaire + Retenir
- ✓ **Timing** = Fidéliser + Attirer

Conclusion



TRIO GAGNANT

- ✓ **Volume** = Attirer + Dominer
- ✓ **Pertinence** = Satisfaire + Retenir
- ✓ **Timing** = Fidéliser + Attirer

Croiser avec les données d'abonnement pour modéliser l'impact des sorties de janvier sur la rétention

Next step

N

aviguez sur : <https://github.com/Elo3534>

